

ABSTRAKSI

Besthari Suksma Wiludjeng, NIM 152080041, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Tahun 2013, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan (*Trust*), dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Mobil PT. Nasmoco Bahtera Motor Yogyakarta), pembimbing Eny Endah Pujiastuti, M.Si dan Suratna, M.AB.

Rumusan permasalahannya adalah adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, adakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, adakah pengaruh adakah pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan pelanggan, adakah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan, adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan pelanggan, adakah pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, adakah pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan pelanggan melalui kepuasan pelanggan, adakah pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, adakah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, adakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, adakah pengaruh adakah pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan pelanggan, adakah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan, adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan pelanggan, adakah pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, adakah pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan pelanggan melalui kepuasan pelanggan, adakah pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, adakah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pelanggan.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan mobil di Nasmoco Mlati Yogyakarta. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh terdapat pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan pelanggan, terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan pelanggan, terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan pelanggan melalui kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pelanggan.

terhadap kepercayaan pelanggan melalui kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pelanggan.

Teknik pengumpulan data secara primer dengan menyebar kuisioner yaitu memberikan daftar yang berisi pertanyaan kepada responden (angket). Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan statistik inferensial. Penelitian ini menggunakan alat analisis Linier Sederhana dan analisis Jalur (*Path analysis*) beserta uji instrument validitas dan reliabilitas sebelum dilakukan analisis data. Teknik sampling yang digunakan adalah metode *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Berdasarkan teknik ini, diperoleh 50 responden.

Berdasarkan uji validitas semua data dinyatakan valid dan reliabel. Uji reliabel untuk kualitas produk = 0,893, kualitas layanan = 0.940, kepuasan pelanggan = 0,886, kepercayaan pelanggan = 0, 944, loyalitas pelanggan = 0,890.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini dapat didukung. Hal ini berarti kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap, kepercayaan (*trust*) dan loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan, Kepercayaan (*Trust*), dan Loyalitas.